

EN VIVO: DE LA CALLE A LA PANTALLA

Medios digitales, redes sociales y protesta social





CENTRO DE ESTUDIOS DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN
FUNDACIÓN PARA LA LIBERTAD DE PRENSA (FLIP), 2021



©Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

INVESTIGACIÓN: Johan Romero

TEXTOS: Johan Romero y María Paula Martínez

COORDINACIÓN: Jonathan Bock, Juan Pablo Madrid-Malo y María Paula Martínez

EDICIÓN: Juan Pablo Madrid-Malo y María Paula Martínez

CORRECCIÓN DE ESTILO: Andrea Torres Perdomo

ILUSTRACIONES: Daniela Hernández | @danielailustra

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN: Laura Merchán Calderón

PRESIDENTE: Juan Esteban Lewin · **DIRECCIÓN EJECUTIVA:** Jonathan Bock Ruiz · **ASESORA DE DIRECCIÓN:** María Paula Martínez

CENTRO DE ESTUDIOS DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN: Juan Pablo Madrid-Malo · Carolina Arteta Caballero · Alejandra Duque Rivera
Beatriz Valdés Correa · Camila Bolívar Manzano · Isabela Porras Alzate · Johan Romero Rodríguez

Laura Leal Rueda · María Alejandra Arcila · María Camila Ricaurte · María Fernanda Padilla · Sara Zuluaga García

COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA: Mireya Luque Triana · Diana Herrera Rodríguez · Juan Guillermo Pantoja
Katerin Rojas · Mauricio Albarracín · Nichol Espinel · Nubia Cárdenas · **COORDINACIÓN DE PEDAGOGÍA:** Daniel Chaparro Díaz

COORDINACIÓN DE DEFENSA Y ATENCIÓN A PERIODISTAS: Raissa Carrillo Villamizar · Ángela Caro Montenegro

Daniela Ospina Noriega · Daniela Rojas Molina · Laura Jimena Jaimes · Luis Miguel Jarabe · Natalia Beltrán Orjuela

Santiago Sáenz Quiñonez · Tania Lugo Mendieta · Viviana Yanguma Ayala

COORDINACIÓN DE PROYECTOS: Darly Diaz Latorre · Diana Santos Cubides · Esteban Moreno

EQUIPO CREATIVO Y DE COMUNICACIONES: Andrea Torres Perdomo · Juliana Duque Patiño · Ángela María Agudelo Urrego
Cristian Mora Jiménez · Gabriel Linares López · Laura López Pineda · Laura Merchán Calderón · Paola Llinás Aragón

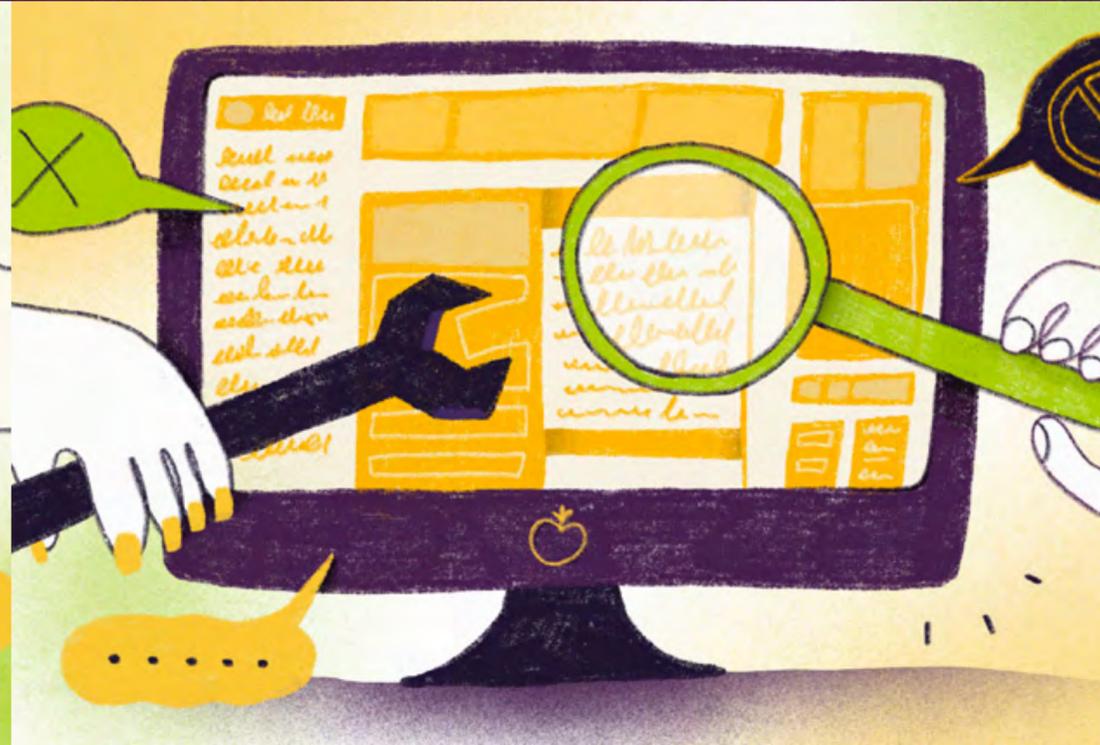
Luminate

Esta publicación fue posible gracias al apoyo de Luminate.
Los contenidos de este material son responsabilidad exclusiva de sus autores
y no necesariamente reflejan los puntos de vista de esta organización.

1 | Contexto de conectividad



2 | Pluralismo y algoritmos



3 | Audiencias digitales



4 | Ciberpatrullaje



5 | ¿Qué sigue ahora?



6 | Información de los medios



INTRODUCCIÓN

Tras 30 años de la llegada de Internet a Colombia se desconoce el número de medios digitales locales en el país. Si bien el panorama mediático se ha ido expandiendo desde 1994, estos medios están en constante mutación y ya no es posible categorizarlos y estudiarlos de la misma forma en que se ha hecho con los medios tradicionales del siglo XX: prensa, televisión, radio y revistas. Hoy, en el universo digital se encuentran iniciativas periodísticas que circulan información por Whatsapp, noticieros por Youtube, últimas noticias en IGTV, reportajes y crónicas que se publican en mensajes de Facebook, páginas web, radios virtuales, entre otros.

Estos nuevos medios digitales locales alternativos — también llamados medios ciudadanos— marcaron un hito en las recientes movilizaciones sociales en Colombia por varias razones: contribuyeron a la construcción de una narrativa pluralista a partir del cubrimiento en tiempo real de jornadas de protesta en muchos lugares del país y la publicación de información de alto interés público a la que no tenían acceso los medios tradicionales; demostraron la legitimidad y confianza que suscitan en sus audiencias; y evidenciaron también los riesgos, viejos y nuevos, de ejercer periodismo en momentos de crisis.

La Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) documentó

del 28 de abril al 19 de julio del 2021

Por parte de la **FUERZA PÚBLICA**



181 AGRESIONES A
224 PERIODISTAS

Por parte de **PARTICULARES**



79 AGRESIONES A
97 PERIODISTAS

En promedio,
**CASI CUATRO
PERIODISTAS**
fueron agredidos cada día
DE PROTESTAS




152 AGRESIONES
fueron a
**MEDIOS
DIGITALES,**
es decir, casi el 60%

Entre los agresores figuran
**LA FUERZA PÚBLICA,
MANIFESTANTES Y
TAMBIÉN PLATAFORMAS
COMO FACEBOOK,**
denunciadas por el bloqueo de
cuentas, remoción de contenidos y
otras irregularidades aún sin esclarecer

Esta investigación propone un análisis de medios digitales de comunicación local en clave de pluralismo y libertad de expresión para entender mejor su forma de desafiar al establecimiento (al poder político y a los medios tradicionales), la manera como dan voz y acceso a la información a comunidades históricamente excluidas y cómo se enfrentan a los retos de los entornos digitales.

Para hacerlo se tomó una muestra de once medios de comunicación digitales y locales de diferentes departamentos y con varios aspectos en común: durante las semanas del paro nacional del 2021 cubrieron la agenda informativa relacionada con la protesta social, fueron agredidos en el ejercicio de su oficio y fueron objeto de algún tipo de intervención por parte de las plataformas de redes sociales, relacionada con el contenido que estaban publicando durante el paro nacional. El objetivo de las entrevistas fue encontrar, a partir de sus propias experiencias, las particularidades de informar exclusivamente por medio de plataformas digitales, principalmente redes sociales, así como los riesgos a los que se exponen.

Entre julio y agosto del 2021, la FLIP realizó entrevistas a periodistas distribuidos en seis departamentos del país: Antioquia, Arauca, Cauca, Cundinamarca, Santander y Valle del Cauca, así como Bogotá¹. Estos medios —*Le Cuento*, *La Direkta*, *Loco Sapiens*, *Cofradía para el Cambio*, *Ab Zurdo*, *TeusaRadio*, *Univalle Unida*, *Lo que pasa en Bucaramanga y Colombia*, *N Noticias Saravena*, *Última Hora Cauca*, y *Colombia Informa*— hacen

LA CONVERSACIÓN SOBRE MEDIOS DIGITALES PASA NECESARIAMENTE POR RECONOCER LOS LÍMITES DE CONECTIVIDAD EN EL TERRITORIO NACIONAL

presencia en al menos una de las siguientes redes sociales: Instagram, Facebook, YouTube, Twitter y Tik Tok. Algunos de ellos cuentan con páginas web propias².

En la primera parte hablaremos sobre conectividad en el país, pues la conversación sobre medios digitales pasa necesariamente por reconocer los límites de conectividad en el territorio nacional. Luego hablaremos sobre la relación dual entre los medios digitales y las plataformas en las que distribuyen su contenido; las redes sociales como facilitadoras de la pluralidad de voces y la ampliación del ecosistema de medios y como nuevo agente de censura. En la tercera parte analizaremos la respuesta estigmatizadora, agresiva e invasiva del Estado colombiano a los flujos de información en la red bajo una narrativa que termina por señalar a los y las periodistas de medios digitales, así como las agresiones a las que se enfrentan quienes salen a cubrir la protesta social en las calles. Finalmente, abordaremos la relación entre los medios digitales y sus audiencias, cada vez más críticas y participativas en la creación de flujos de información.

1. A excepción de Arauca, los otros cinco departamentos y Bogotá fueron los lugares de mayor agitación social durante el paro nacional y en los que se presentó mayor cantidad de agresiones a medios y periodistas. Arauca reviste un caso especial, ya que es un territorio en el que no hay garantías de libertad de prensa debido a la presencia de actores armados ilegales y a la incapacidad del Estado para garantizar la seguridad de quienes allí ejercen el periodismo.

2. Ver anexo Información de los medios, [pág. 22](#).





CONTEXTO DE CONECTIVIDAD

Para entender el alcance, la relación con sus audiencias y las censuras, es necesario iniciar con un contexto de la profunda brecha digital existente en Colombia. Según cifras del Ministerio TIC³, Bogotá con sus 2,1 millones de conexiones a Internet fijo tiene más conexiones que los 26 departamentos⁴ del país con menos conexiones fijas a Internet. En otras palabras, los 7,8 millones de residentes en la capital del país tienen acceso a más conexiones a Internet fijo que los casi 22,5 millones de habitantes que viven en dichos 26 departamentos. Además, hay 10 municipios en Colombia que en total suman más de 14.000 habitantes que no tienen ni una sola conexión a Internet fijo, mientras que entre Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena y Bucaramanga suman más del 49% del total



de conexiones a Internet fijo del país. Las cifras de MinTIC hablan de una distribución desigual de la infraestructura necesaria para conectarse a Internet que determina el acceso y la capacidad de distribución de información noticiosa.

Esto explica en parte que la televisión y la radio sigan siendo los medios más consumidos por las y los colombianos, pues son los que mayor cobertura tienen. No obstante, es claro que han visto parte de sus audiencias ubicadas en grandes ciudades desplazarse y comportarse diferente frente a sus contenidos. “Yo hago una reflexión: hace 10 años uno veía las campañas de ‘No más RCN, no más Caracol’. Hoy en día usted la ve y todo, pero se ha hecho la tarea. Se apagaron esos medios pero aparecieron muchos focos pequeños como *La Direkta*, como *Loco Sapiens*, *Colombia Informa*.

Unos más pequeños, unos más grandes. La alternatividad sí creció mucho en estos 10 años”, explica Camilo Rojas, fundador de *Loco Sapiens*, sobre el cambio en el comportamiento de las audiencias de medios en años recientes.

Ahora bien, es importante mencionar que las conexiones de Internet móvil tienen un mayor alcance⁵ y los celulares se han convertido en la puerta a la navegación en línea de muchas personas. Por esta razón, las redes sociales y aplicaciones para la comunicación instantánea han ganado gran popularidad y los nuevos medios digitales las eligen como su principal mecanismo de distribución: lo más apremiante no es tener una página web propia, sino una cuenta en una red social con mucho alcance. Esto último cobra relevancia porque distribuir información y fortalecer el diálogo entre medios y audiencias vía Internet tiene un costo muy reducido en comparación con el de radio y televisión, por ejemplo. Gracias a todo esto el ecosistema mediático ha ganado en diversidad y pluralismo. *11 Noticias Saravena* en Arauca y *Última hora Cauca* en Popayán tienen en Facebook más seguidores que la cantidad de conexiones fijas a Internet en sus departamentos.

3. Las cifras tienen como fecha de corte el primer trimestre de 2021 (enero, febrero y marzo). Ver: <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-propertyvalue-47271.html>

4. Estos departamentos son Bolívar, Tolima, Norte De Santander, Caldas, Boyacá, Meta, Huila, Quindío, Cesar, Magdalena, Córdoba, Nariño, Cauca, Sucre, La Guajira, Casanare, Caquetá, Chocó, Putumayo, Arauca, Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Guaviare, Amazonas, Guainía, Vichada y Vaupés.

5. No obstante, en materia de conexión a Internet móvil aún queda mucho camino por recorrer. Según el MinTIC, en el país hay poco más de 32,8 millones de conexiones a Internet móvil. En principio, un número elevado para una población cercana a los 50 millones de habitantes. Sin embargo, la penetración de Internet móvil sigue siendo baja. Apenas el 27% de la población en Colombia tiene acceso a un plan de datos postpago, mientras que las conexiones prepago no alcanzan a ser el 37%.

PLURALISMO

ALGORITMOS

La ganancia para el ecosistema mediático en términos de pluralismo por cuenta de la aparición de medios digitales y locales es porque algunos surgen en desiertos de información⁶, es decir, municipios sin suficiente oferta de información local por medios tradicionales (prensa, radio o televisión). También, porque tienen capacidad para expandir las agendas y las voces periodísticas que, dada la alta concentración en la propiedad de medios⁷ de Colombia, han tenido una histórica tendencia a la exclusión. De esta manera, la facilidad de distribución de información por redes sociales se ha convertido en una herramienta fundamental para la descentralización de la información y una ventaja para la diversidad e inclusión de intereses y voces diversas. Pero no es lo único. También ha supuesto retos o desventajas para la libertad de expresión y de prensa, inaugurando así nuevas formas de censura.

La aparente facilidad con la que nacen medios de comunicación en Internet y el papel que tienen las redes sociales en su crecimiento y alcance están condicionados por reglas de juego y algoritmos que las empresas privadas ajustan constantemente y que resultan cuestionables desde la lupa de la libertad de prensa y el acceso a la información.

Seis de los once medios entrevistados en esta investigación⁸ distribuyen información en redes sociales exclusivamente, es decir, no tienen páginas web ni dominios propios. Ninguno de ellos tiene que pagar anualmente la suscripción o alojamiento digital ni tiene que destinar recursos al mantenimiento y soporte de una página web, un ahorro en costos que los hace dependientes de las lógicas de cada una de las redes sociales y sus propias decisiones sobre la circulación de información de medios. Esta dualidad de ventajas y desventajas es constante. Si bien los algoritmos de priorización de contenido de estas plataformas representan un potencial de distribución de

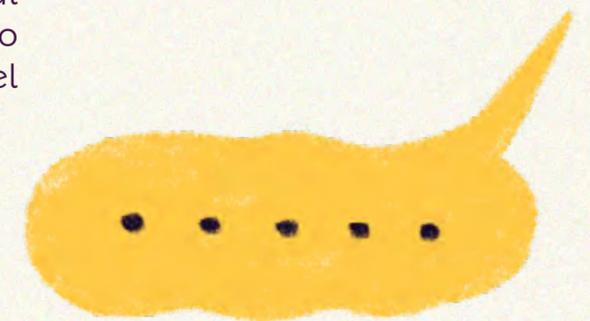
información mayor que la análoga, su creación de burbujas y segmentos de audiencias puede terminar siendo restrictiva en alcance.

Así pues, tomando como ejemplo lo que pasó con el cubrimiento en la protesta social, es evidente que las transmisiones en vivo y denuncias en tiempo real por Instagram, Twitter, o Facebook pusieron a funcionar el algoritmo de las redes en su favor. En la medida que la demanda de información sobre lo que estaba pasando en las calles aumentó, los medios locales vieron crecer a sus audiencias pues los algoritmos las dirigieron, tal vez por primera vez, hacia sus perfiles. Frente a esto *Cofradía para el Cambio* aseguró que durante el

6. En 2019, la FLIP encontró que en 666 municipios, es decir, el 60% del territorio nacional, no hay medios que produzcan información local. Ver: *Catografías de la Información y Periodismo Roto*.

7. Buena parte de la oferta informativa está concentrada en cuatro conglomerados económicos (Organización Ardilla-Lulle, Grupo Santodomingo, Grupo Luis Carlos Sarmiento Angulo y Grupo Gilinski).

8. *N Noticias Saravena, Univalle Unida, Ab Zurdo, Cofradía para el Cambio, Última Hora Cauca y Le Cuento*.





paro nacional aumentó casi en 150.000 la cantidad de seguidores de su página en Facebook.

En lo inmediato esta dinámica es funcional. En el mediano plazo implica mantener sus audiencias para que no se comporten como espuma en un vaso: crece, crece y luego desaparece. El crecimiento en alcance exige continuar ofertando contenidos de interés para los nuevos seguidores. ¿Cómo alimentar el algoritmo para fortalecer el medio? Los criterios que tienen los algoritmos para la distribución de contenido periodístico no son del todo claros y para periodistas como Juan José Yela de *Le Cuento* termina generando dependencia: “Día que no se publique un contenido, día que comienzan a bajar los seguidores”, lo que puede tener un impacto en sus decisiones editoriales. Para la *La Direkta* hay incertidumbre sobre el funcionamiento de estos algoritmos y su impacto. En especial el de Tik Tok: “Eso es algo que tenemos que aprovechar. Queremos apostarle [a Tik Tok], lo que pasa es que no sabemos cómo”, cuenta Sandra de *La Direkta*. Por ahora, lo que han hecho no les ha funcionado para tener un alcance similar al que tienen en Facebook. La dificultad para comprender los distintos algoritmos de posicionamiento de información de cada red social determinó, para el caso de *Última Hora Cauca*, su decisión de quedarse en Facebook y mover su contenido casi de manera exclusiva por esa red. Con ello tienen la desventaja de no llegar a personas que no tienen una cuenta en esta red pero no tienen que lidiar con algoritmos distintos.

En línea con lo anterior, algunos medios buscan hacerle el quite a los caprichos de los algoritmos. Suben el contenido a las redes sociales, pero distribuyen las publicaciones directamente en plataformas de mensajería instantánea. Aplicaciones como WhatsApp, Telegram o Signal no cuentan con criterio de selección y priorización de información: los mensajes aparecen en el orden en el que fueron enviados. Distribuir la información vía mensajería instantánea garantiza que, al menos, las publicaciones van a llegar directamente a las personas. Tal es el caso de *N Noticias Saravena*, de Arauca. El medio cuenta con su página de Facebook en la que publica los boletines informativos y, además, tiene diez grupos en WhatsApp completamente llenos⁹. Después de hacer una publicación, el medio la comparte en los diez grupos de WhatsApp. Con ello garantiza que las noticias lleguen a por lo menos 2500 personas que reciben directamente la información sin tener que pasar por el filtro de los algoritmos.

Desde el surgimiento de las redes, Facebook (2004), Twitter (2006), Instagram (2010) y TikTok (2016) han sido constantes las modificaciones en sus reglas comunitarias y en el funcionamiento de sus algoritmos. Además, el año en que comenzó la pandemia del coronavirus sirvió para acelerar la implementación de medidas automatizadas de moderación de contenido que permiten eliminar publicaciones incluso antes de que sean hechas y sin la necesidad de que sean revisadas por una persona. Plataformas como Tik Tok, ligada fuerte-

9. WhatsApp permite un máximo de 256 usuarios por grupo.

mente con el Gobierno de China, censura desde un inicio cualquier tipo de crítica contra el Gobierno de dicho país, por mencionar un ejemplo.

Entre los medios analizados son diversos los casos de censuras del que fueron víctimas durante el paro nacional. Por ejemplo, Facebook no permite a *La Direkta* monetizar su página porque, como cuenta Sandra, “muchas de las cosas que posteamos son sátiras que el algoritmo no identifica como tal. Para nosotras y nosotros lo que sí ha hecho Facebook es que solapadamente prioriza informaciones que sí son de contenido político, pero que son políticamente correctas para los criterios de la plataforma”. A Facebook también le denuncian por remoción de contenido *Última Hora Cauca*, *Lo que pasa en Bucaramanga*, *Le Cuento* y *Univalle Unida*. A Instagram le reclaman lo mismo *Le Cuento*, *Loco Sapiens* y *Ab Zurdo*. Tik Tok le suspendió el perfil a *Le Cuento* durante un mes. Twitter impidió a *Colombia Informa* el acceso a su cuenta durante algunas horas. Finalmente, Facebook impidió durante un día a *Última Hora Cauca* y *Lo que pasa en Bucaramanga* hacer transmisiones en vivo. A todo esto se suma un error en el algoritmo de Instagram que el 5 de mayo eliminó cientos de publicaciones relacionadas con el paro¹⁰.

Estas decisiones suelen ser justificadas por las plataformas porque las publicaciones infringen alguna de las normas comunitarias que todas

LA FACILIDAD DE DISTRIBUCIÓN DE INFORMACIÓN POR REDES SOCIALES SE HA CONVERTIDO EN UNA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA LA DESCENTRALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y UNA VENTAJA PARA LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN DE INTERESES Y VOCES DIVERSAS.



las personas tienen que aceptar si quieren utilizar sus servicios. En últimas: si la publicación está por fuera de lo que permite la plataforma, ésta toma medidas en contra de la publicación y la página que la hizo. Este razonamiento, que parece justificado, tiene un problema: las normas comunitarias de las redes sociales no cumplen necesariamente con los estándares internacionales de derechos humanos, particularmente frente a la libertad de expresión.

A esto se suman tres elementos que desincentivan la posibilidad de alegar frente a las decisiones que toman las plataformas. Primero, el proceso para apelar la decisión de una plataforma es, como lo describe un periodista de *Ab Zurdo*, “una pelea de tigre con burro amarrado. ¿A quién le pelea usted en Instagram? Le pelea a una plataforma que no es colombiana. Lo que hace uno es poner letras diferentes para que la inteligencia artificial no detecte qué es lo que uno quiere subir”. Segundo, como lo explica John Jairo Astudillo,

director de *Última Hora Cauca*, más se demora el periodista en construir la apelación frente a la red social que la información en perder vigencia. Así, los y las periodistas tienen que tomar la decisión entre usar su tiempo para alegar frente a una decisión injusta o salir a la calle a continuar con su oficio. Tercero, la bajada del contenido significa, a la vez, la pérdida del mismo. Fernando Ramos, periodista de *Lo que Pasa en Bucaramanga*, cuenta que en medio del paro documentó cómo un grupo de uniformados de la Policía pateaba a un manifestante que estaba en el suelo. El video de la agresión fue eliminado por Facebook, con lo que también se eliminó la posibilidad de denunciar dicho abuso de la fuerza. La dificultad para apelar las decisiones de las redes sociales sobre el contenido de los medios se convierte en una afrenta al derecho al debido proceso porque, por ejemplo, las plataformas toman decisiones de remover contenido sin que haya previamente la posibilidad de respuesta por parte de quienes publican.

¹⁰ El 5 de mayo, varios medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil como Fundación Karisma levantaron una alerta sobre la eliminación sistemática de *stories* relacionadas con el paro nacional en Instagram. El 7 de mayo, por medio de un comunicado, la red social explicó que se trataba de un error global que afectó las publicaciones del paro nacional en Colombia, del día de la conmemoración de las mujeres indígenas desaparecidas y asesinadas en Canadá y del desalojo de cuatro familias palestinas que vivían en el barrio Sheik Jarrah en Jerusalén del Este. Si bien la plataforma aseguró que no se trataba de remoción de contenidos específicos en situaciones puntuales, las publicaciones estaban relacionadas con temas sensibles de actualidad. Ver: <https://twitter.com/InstagramComms/status/1390818110664593409/photo/1>

Aunque en el momento más álgido de la movilización social fue frecuente ver videos en vivo de medios alternativos y algunos, como fue mencionado en la primera parte de este documento, dicen haber aumentado hasta en 150.000 sus seguidores en Facebook, las personas que siguen estos medios aún son pocas en comparación con los medios tradicionales. La suma de seguidores de Facebook de estos once medios (2'098.208) no alcanza a ser ni la mitad de los más de seis millones de seguidores que tiene *El Tiempo* en esa misma red social. En ninguna red social, ninguno de los medios supera el millón de seguidores. Esta situación se repite en redes como Instagram y Twitter, en las que los medios tradicionales están más posicionados.

No obstante, Tik Tok representa un fenómeno distinto. Lejos de los más de dos billones de usuarios de Facebook en todo el mundo, las más de 700 millones de cuentas de Tik Tok tienen una particularidad: más de la mitad de sus usuarios en el mundo son menores de 34 años y más del 30% tiene entre 10

y 19 años¹¹. Estas audiencias jóvenes en Tik Tok pueden ser el motivo por el que medios como *Blu Radio* y *Revista Semana* no tienen cuentas en esta red social, aunque son, respectivamente, una de las radios más escuchadas del país y la única revista de tiraje nacional. En este terreno a los medios digitales también les cuesta, pero hay excepciones. Cinco de los once medios no tienen cuenta de Tik Tok. De los seis restantes, tres no sobrepasan los 1000 seguidores. *Le Cuento* tiene poco más de 1.300, mientras que *Lo que Pasa en Bucaramanga* y *Cofradía para el Cambio* son ejemplos a seguir. El medio santandereano tiene más seguidores en esa red social que *Caracol Radio* o que *W Radio*, dos de las emisoras más escuchadas del país. El medio antioqueño, por su parte, tiene el doble de seguidores (47.000) que *El Tiempo*. A pesar de lo difícil que es comprender los algoritmos, estos medios le están disputando las audiencias jóvenes en esta red social a los medios tradicionales.

Igualmente, la experiencia durante el paro nacional de estos medios en la relación con sus audiencias deja ver que tienen un público al que no le basta con la comunicación unidireccional. Las personas en redes ya no quieren ser solo consumidoras de información, quieren participar de alguna manera en la forma en que se hace y se distribuye, y quieren opinar sobre la información misma. La capacidad de las redes sociales de ser un repositorio de información, agrupar conversaciones con *hashtags* y tendencias, abrir el diálogo entre periodistas y audiencias multiplica la dinámica de participación de las personas en comparación con lo que se puede hacer cuando se consume información en prensa, radio o televisión.

AUDIENCIAS DIGITALES

11. Ver: <https://www.omnicoreagency.com/tiktok-statistics/>

Estos mecanismos ayudan a construir una familiaridad que se traduce en que las audiencias pueden casi que elegir qué papel tomar en el proceso de producción de información: consumidores, replicadores, financiadores, detractores, colaboradores, etc. En ese sentido, la experiencia de los medios entrevistados con sus audiencias es múltiple y variada. La sensación de apoyo y crítica que recibieron estos medios durante el paro vía comentarios en sus publicaciones es leída como la legitimación de su trabajo y, en últimas, la motivación para continuar con el oficio. “Eso [los comentarios en redes] es lo que lo mantiene a uno en el sentido de que si no le agradecieron a uno la labor, con tanta cosa que uno ve y que lo deja en el pesimismo total, si uno no sintiera que hay un receptor, no seguiría”, explica Camilo Rojas de *Loco Sapiens* sobre el papel que para él tienen los comentarios que reciben en redes. A Jhon Jairo de *Última Hora Cauca* le hicieron saber ese agradecimiento cuando durante el paro nacional lo veían cubrir la protesta y le hacían comentarios como “yo solo le creo a *Última Hora Cauca*”. Precisamente comentarios como este son los que para Hernán Muñiel, director de *Cofradía para el Cambio*, legitiman las posiciones editoriales que toman estos medios: si las audiencias los consumen y los apoyan, significa que están haciendo buen periodismo.

LAS REDES SOCIALES TIENEN LA CAPACIDAD DE SER UN REPOSITORIO DE INFORMACIÓN, DE AGRUPAR CONVERSACIONES CON HASHTAGS Y TENDENCIAS, Y DE ABRIR EL DIÁLOGO ENTRE PERIODISTAS Y AUDIENCIAS.

Esta legitimidad también fue capitalizada en forma de donaciones. Jennifer Mejía, directora de *Le Cuento*, el primer día de las movilizaciones fue empujada por un agente del ESMAD mientras hacía una transmisión en vivo. En medio de la agresión, a la periodista se le cayó el celular al suelo. Mientras el dispositivo seguía transmitiendo en vivo, fue aparentemente recogido un por agente del ESMAD que discutía con otra persona si guardar o botar el celular¹². Inmediatamente después de los hechos, algunas personas comenzaron a escribir al perfil del medio para saber si había alguna cuenta bancaria a la cual transferir dinero para reponer el celular. “A partir del 28, decidimos lanzar unas piezas gráficas que pedían donaciones para comprar chalecos, cascos, etc.”, cuenta Jennifer. La recepción fue tan buena que con el dinero que recibieron lograron reponer el celular, comprar algunos equipos y viajar a Cali a hacer cubrimiento de lo que estaba pasando en la capital del Valle.

Finalmente, las audiencias pueden elegir jugar un rol como potenciales colaboradoras en la construcción de historias: “La gente nos ha dicho ‘parece, yo salgo todos los días a la movilización, tomo fotos y me las quedo en mi celular. Quisiera compartírselas. ¿Qué hay que hacer para apoyar?’ Así entran a la red de personas voluntarias”, cuenta Julián Bautista, responsable de *Teusa Radio*. Cabe mencionar que entre las posibilidades de interacción de los medios con sus audiencias está sumarse a una transmisión en vivo para debatir con los periodistas. Después de uno de estos debates, dos

periodistas, una de *La Direkta* y otro de *Cofradía para el Cambio*, entraron a ser parte de sus respectivos medios. *Le Cuento*, por ejemplo, durante las protestas pasó de ser un equipo de cinco a trece personas. Del otro lado, los comentarios en las transmisiones en vivo sirven de fuente para el trabajo informativo de estos medios. Periodistas de *Cofradía para el Cambio* y *Le Cuento* explican que en algunas ocasiones mientras hacían cubrimiento del paro nacional, las personas les avisaban sobre enfrentamientos, detenciones y agresiones por parte de la fuerza pública que estaban sucediendo cerca de los lugares en los que ellos estaban para que fueran a hacerles cubrimiento.

En materia de audiencias, los medios digitales aún tienen camino por recorrer para tener el alcance de los medios tradicionales en redes como Facebook, Instagram y Twitter. Siguen siendo pequeños y de alcance reducido. Sin embargo, han mostrado cómo se pueden integrar las audiencias en los flujos de información como algo más que meras receptoras. Comentar y compartir una publicación hecha por un medio no es un hecho novedoso, sin embargo, para estos medios significa una validación a su forma de hacer periodismo sin afanes de objetividad, en medio de los enfrentamientos y sin muchos recursos. Lo que sí mostraron estos medios durante el paro es que las audiencias están dispuestas a donar para financiar el trabajo periodístico y hay personas que quieren dejar de ver periodismo para hacer periodismo, personas a las que estos medios les han abierto la puerta.

¹². La agresión fue grabada en una transmisión en vivo y luego fue publicada por *Le Cuento* en su página de Instagram. Ver: <https://www.instagram.com/p/COO59okD9gn/>



CIBERPATRULLAJE

Sumado a las censuras digitales por parte de plataformas, durante el paro se intentó instalar, desde el Gobierno nacional, una narrativa que vinculaba la difusión de información crítica al Gobierno y al actuar de la fuerza pública durante las protestas con “terrorismo digital”¹³. Todo ello con el reconocimiento explícito de parte del Ministerio de Defensa de que desde el Puesto de Mando Unificado Cibernético (PMU-Ciber) se monitoreaban cuentas en redes sociales¹⁴ bajo la campaña “Colombia en un mar de mentiras” con el propósito de encontrar y denunciar noticias falsas.

El balance del Ministerio, según el informe que dicha entidad entregó a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) por su

visita *in loco* en el marco del paro nacional, dejó 154 noticias falsas encontradas, 91 “orientadas a desdibujar con hechos que no corresponden a la verdad y que han afectado la imagen de la Policía Nacional”¹⁵. Esto fue obtenido con más de 21.600 horas de trabajo en la red o el equivalente a tener a diez personas dedicadas a hacer vigilancia de redes durante 8 horas diarias de lunes a domingo por 38 días.

Dicha vigilancia genera preocupaciones propias de una distopía. Por ejemplo, que el Estado se dedique a vigilar las afirmaciones de sus ciudadanos y medios de comunicación; afirmaciones que si se alejan de lo que el Estado considera verdadero son estigmatizadas y perseguidas sin un marco regulatorio que proteja los derechos de

la ciudadanía. Pero además, genera preocupaciones dentro de los mismos medios que se sienten vigilados por la Policía, pues gran parte de su trabajo durante el paro nacional fue grabar, transmitir y denunciar abusos de la fuerza pública misma. Hernán Muriel, fundador de *Cofradía para el Cambio*, sostiene que mientras estaba cubriendo una protesta, un policía comenzó a llamarlo por su nombre, a decirle que ellos veían las transmisiones de *Cofradía*. “Tenemos compañeros de otros medios como *Cartel Urbano*¹⁶ que han sufrido montajes de la Policía. Tras de que nosotros militamos en *La Direkta*, la gran mayoría de nosotras y nosotros milita en el movimiento social de otras maneras, entonces es más fácil hacer este tipo de montajes”, cuenta Sandra de *La Direkta*.

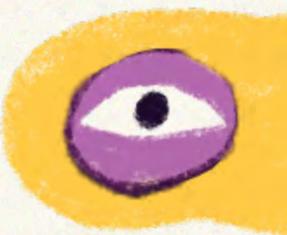
¹³. Aunque el término “terrorismo digital” no está tipificado en el Código Penal colombiano, por lo que es imposible judicializar a alguien por un delito de “terrorismo digital”, para el Ministerio de Defensa esta expresión obedece al “uso de medios de tecnologías de información, comunicación, y/o informática, con el propósito de generar terror o miedo generalizado en una población, clase dirigente o gobierno, causando con ello una violación a la libre voluntad de las personas”.

¹⁴. Actualmente, Colombia no cuenta con un marco legal que determine estándares y procedimientos para el ciberpatrullaje o monitoreo de cuentas en redes sociales por parte de la Policía, lo que implica un gran nivel de interpretación y arbitrariedad por parte de la fuerza pública sobre el tipo de información que persigue, la forma en que lo hace y cómo utiliza la información recogida.

¹⁵. Ver: https://www.policia.gov.co/sites/default/files/informe_sector_defensa_-_garantias_a_la_manifestacion_pacifica_y_control_de_acciones_violentas_-_28_de_abril_a_4_de_junio_de_2021_20210609_vf.pdf

¹⁶. El 19 de noviembre de 2019, la Policía Nacional allanó las instalaciones de *Cartel Urbano* en Bogotá por orden de la Fiscalía General de la Nación para buscar “explosivos y material impreso relacionado con el paro del 21 de noviembre que, según los uniformados, incitaba a la violencia”.

Ver: <https://flip.org.co/index.php/es/informacion/pronunciamentos/item/2421-allanamiento-a-cartel-urbano-y-otras-acciones-de-la-policia-intimidan-a-medios-y-limitan-la-libertad-de-expresion>



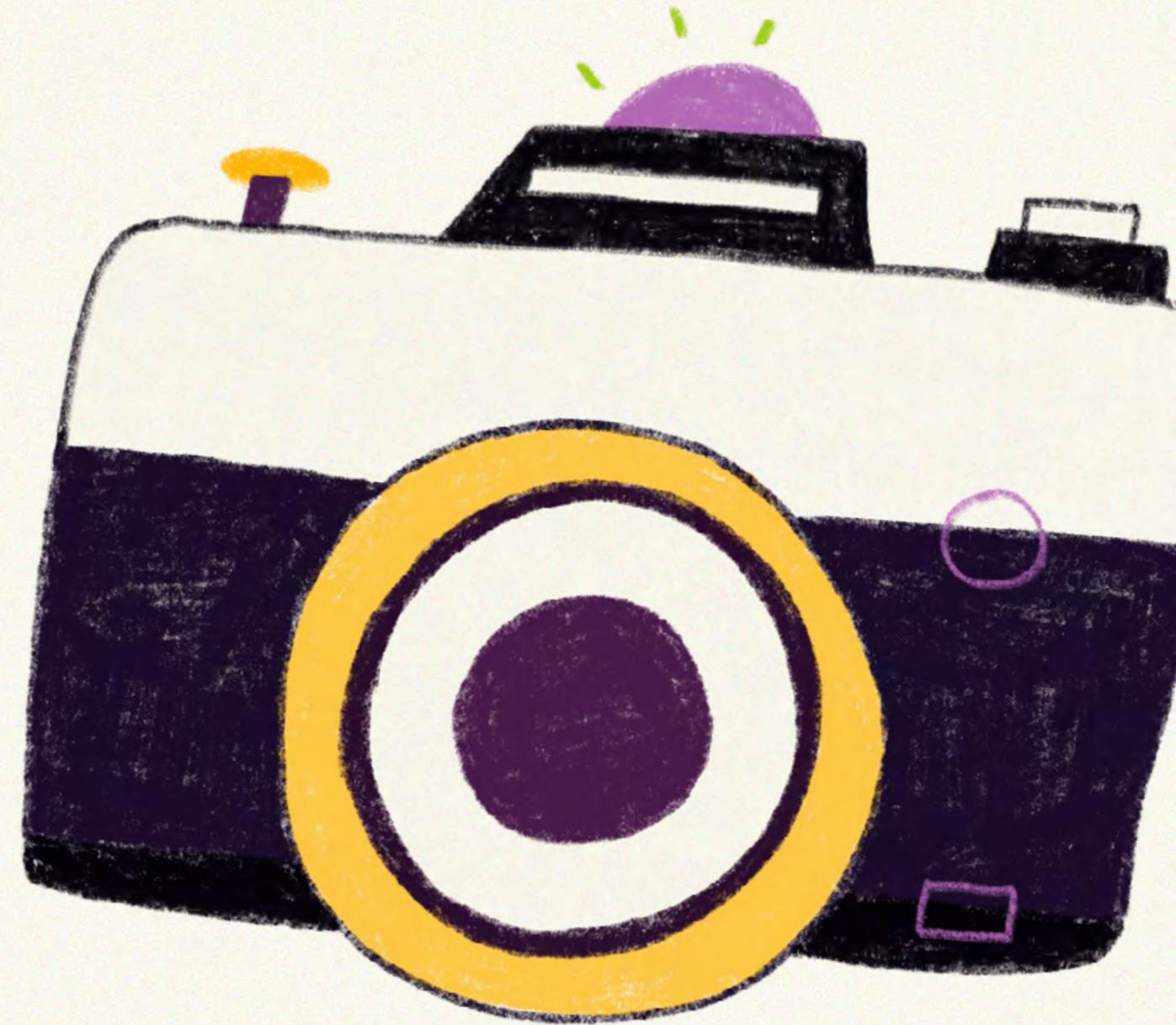
AGRESIONES DE LA FUERZA PÚBLICA

Como si fuera poca la intimidación de sentirse vigilados en los entornos digitales, los periodistas de estos medios también padecen violencia en las calles por parte de miembros de la fuerza pública. Esta dinámica de agresiones se acrecenta porque muchos de estos medios se dedicaron a hacer transmisiones en vivo de lo que sucedía en las calles, a veces incluso directamente en enfrentamientos. Desde insultos hasta disparos directos con munición de perdigones a periodistas claramente identificados —como le sucedió al equipo de *Loco Sapiens* en Sibaté¹⁷— minan la tranquilidad con la que los y las periodistas salen a cubrir la protesta social. Poco después del comienzo del paro y dada la violencia sobre la prensa, Jennifer, de *Le Cuento*, comenzó a salir acompañada a cubrir las movilizaciones. Después de la agresión que sufrieron, los periodistas de *Loco Sapiens* se mantuvieron alejados del cubrimiento de los enfrentamientos entre fuerza pública y civiles durante aproximadamente un mes y medio. “No nos retrimos, pero nos íbamos solo a donde había cosas culturales. No esperábamos mucho. Llegábamos, cubríamos lo cultural y nos movíamos antes de que comenzara el enfrentamiento”, cuenta Camilo Rojas. Igualmente, la persecución por parte de la fuerza pública tam-

bién genera resquemor. Fernando Ramos, periodista de *Lo que Pasa en Bucaramanga*, denuncia que el 20 de julio un par de policías motorizados se le acercaron a decirle “ese chaleco también lo traspasamos”, lo que para él es una muestra de que desde la institución se sabe el trabajo que hacen en el medio.

A ello se suma lo dispendioso de los procesos legales cuando los periodistas deciden hacer alguna denuncia formal frente a las autoridades. “Nosotros hicimos una denuncia y nos demoramos como cuatro días en recibir un radicado. Todos los días nos llamaba un fiscal distinto dizque ‘me contaron que tiene una denuncia por hacer’. Y nosotros ‘no, la denuncia ya la hicimos, la mandamos antier’. Es un proceso revictimizador”, explica Hernán Muriel, de *Cofradía para el Cambio*.

Para estos medios, el trato diferencial que tienen las autoridades con ellos en comparación con otros medios es uno de los principales riesgos que tienen al salir a cubrir protestas sociales. Tres de los medios entrevistados se refirieron a la agresión por parte de agentes del ESMAD a las periodistas de *RCN Radio* Alexandra Molina y Katy Sánchez¹⁸ como una evidencia de que cuando los periodistas agredidos son de medios de comunicación más grandes, sí hay una respuesta de las entidades estatales.



¹⁷. Esta agresión quedó registrada en video y posteriormente fue subida al perfil de Instagram del medio.

Ver: <https://www.instagram.com/p/COYCBpOpU/>

¹⁸. El 29 de junio, en la localidad de Suba en Bogotá, dos periodistas de *RCN Radio* que se encontraban cubriendo un enfrentamiento entre manifestantes y el ESMAD fueron agredidas por miembros de la fuerza pública. La agresión quedó registrada en video.

Ver: <https://www.rcnradio.com/judicial/299-periodistas-han-sido-atacados-en-el-marco-del-paro-nacional-advier-te-la-flip>

EL PARO NACIONAL SIRVIÓ PARA MOSTRAR LA DISPUTA NARRATIVA QUE HAY ENTRE ALGUNOS MEDIOS DIGITALES ALTERNATIVOS Y EL ESTADO SOBRE EL ACTUAR DE LA FUERZA PÚBLICA EN LA PROTESTA SOCIAL.



Iván Duque 🇨🇴
@IvanDuque

A nuestros policías todo el apoyo, pero también toda la exigencia. Ante las actuaciones de miembros de la @PoliciaColombia que se excedieron en el uso de la fuerza en la localidad de Suba, la institución inició de inmediato la investigación formal.

7:10 p. m. · 29 jun. 2021 · Twitter for iPhone

apartados de sus cargos dentro de la institución y se habían abierto procesos en su contra²⁰.

Este proceder, denuncian los periodistas, no es el mismo que reciben cuando la agresión es hacia periodistas de medios alternativos. Así lo demuestra la notificación de archivo del proceso que recibieron los periodistas de *Loco Sapiens* un mes después de la agresión que sufrieron. A pesar de los disparos directos que recibieron por parte de agentes del ESMAD y de que quedaron grabados en una transmisión en vivo que está pública en Internet, la Fiscalía determinó que no se había podido establecer al responsable de la

En aquella ocasión el presidente Iván Duque se pronunció en Twitter el mismo día de la agresión para rechazar el comportamiento de los policías¹⁹ y desde la Policía Nacional se anunció que los agresores ya habían sido

agresión²¹ aunque en el video se logra ver el número de identificación del agente que disparó.

La línea editorial que asumen los medios digitales, a veces abiertamente contraria al discurso del Gobierno nacional, representan un peligro narrativo para instituciones que en el pasado han sido cercanas a los medios de comunicación. Los medios alternativos no esperan a los comunicados de prensa de la Policía para reportar lo sucedido durante una protesta, lo que pasa en las calles es su fuente primaria y lo que pasa en las calles ha mostrado en ocasiones ser diferente a lo que cuentan las entidades del Estado. “Una cosa es la oficina, otra cosa lo que se vive en el exterior. Por ejemplo, el tema de los gases lacrimógenos. Hay especificaciones para usarlos: no al cuerpo. Cuando uno llega a la movilización se da cuenta de que los están disparando al cuerpo, que las balas de goma las están disparando a la cara, que los mismos policías están quebrando vidrios. Obviamente a través de los manifestantes se logran ver otro tipo

de hechos, pero quien debe responder en esos momentos es la institucionalidad. (...) No somos nosotros [los medios], yo a través de mis micrófonos no digo ‘vea, que la Policía hizo esto o hizo lo otro’, las mismas imágenes hablan por sí solas”, explica Jhon Jairo de *Última Hora Cauca*.

Así las cosas, el paro nacional sirvió para mostrar la disputa narrativa que hay entre algunos medios digitales alternativos y el Estado sobre el actuar de la fuerza pública en la protesta social. La aparición de múltiples medios cuyos periodistas transmiten a miles de personas desde un celular lo que sucede en las calles puso al Estado en una situación incómoda. Si, como desde el Ministerio de Defensa quiere hacerse saber, la red es un espacio de ciberterrorismo desde el que se busca desestabilizar la imagen de las instituciones y estos medios muestran realidades que dejan mal paradas a esas mismas instituciones, los y las periodistas que salen a las calles son puestos en una situación de constante vulnerabilidad.

19. Ver: https://twitter.com/IvanDuque/status/1410028039015043074?ref_src=twsrc%5Etfw

20. Ver: <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/06-29-2021-tres-policias-retirados-por-exceso-de-fuerza-en-suba>

21. Ver: <https://www.flip.org.co/index.php/es/informacion/pronunciamientos/item/2739-la-fiscalia-ordena-el-archivo-de-la-investigacion-de-la-agresion-del-esmad-a-periodistas-de-locosapiens>

Call

Phone



F



Call





¿QUÉ SIGUE AHORA?

Las experiencias de *Le Cuento*, *La Direkta*, *Loco Sapiens*, *Cofradía para el Cambio*, *Ab Zurdo*, *Teusa Radio*, *Univalle Unida*, *11 Noticias Saravena*, *Última Hora Cauca*, *Lo que pasa en Bucaramanga* y *Colombia Informa* en el cubrimiento del paro nacional dejan ver algunas particularidades de informar desde Internet y específicamente en las redes sociales, en general y en momentos de protesta social.

Por un lado, los entornos digitales han abierto la puerta de la pluralidad desde lo local. A los medios de comunicación tradicionales se han sumado voces de estudiantes, periodistas empíricos y colectivos de comunicación que gracias a las redes sociales pueden abrir una página para distribuir información sin ningún costo. Aquí aparecen medios como *La Direkta*, *Le Cuento*, *Ab Zurdo*, *Loco Sapiens*, *Cofradía para el Cambio*, *Univalle Unida* o *Teusa Radio* que comenzaron como iniciativas de comunicación organizadas por personas que tenían algo que decir, pero no un lugar en donde decirlo. Se han sumado voces que a pesar de los atrasos de conectividad en el

país se abren camino en Internet desde lugares en donde la información local escasea o es nula, donde los medios tradicionales no llegan. *11 Noticias Saravena* y *Última Hora Cauca* son una muestra de ello. Dentro de sus departamentos han conseguido abrirse un espacio para publicar información local. Y se han sumado medios como *Lo que pasa en Bucaramanga*, con el ánimo de ampliar la oferta de información local.

En esos mismos entornos digitales, que han propiciado la pluralidad, aparecen nuevos agentes de control de la información. Las redes sociales distribuyen información con gran eficiencia, un alcance que está condicionado por sus normas e incluso por los errores de las plataformas. En el paro nacional se pudo denunciar, gracias a las redes sociales y a estos medios, el actuar violento de miembros de la fuerza pública, al tiempo que se pudo denunciar a estas mismas plataformas por eliminar contenidos producidos por los medios y de gran interés público. Eliminar una publicación que denuncia una situación violenta porque los algoritmos la catalogan como incitación a la violencia es un error que las plataformas no se pueden seguir permitiendo en situaciones críticas como lo fue el paro nacional.

Aquí también resulta necesario mencionar las tensiones que hay entre las normas comunitarias de las plataformas y los estándares internacionales de derechos humanos. Organizaciones como la uruguaya **Observacom** abogan por una regulación de las grandes plataformas de redes sociales de manera que estas sean responsables por las decisiones de moderación de



EL FIN DEL PARO NACIONAL REPRESENTA UN ANTES Y UN DESPUÉS DE ESTOS MEDIOS DENTRO DEL PANORAMA INFORMATIVO DEL PAÍS Y DEL MISMO ECOSISTEMA DE MEDIOS.

contenido que hacen. Las restricciones de contenido por ofensivo, inapropiado o indecente deberían estar a cargo de los usuarios de las plataformas, quienes deberían tener la potestad de decidir qué quieren o qué no quieren ver. Así, las redes sociales podrían dejar de perseguir o buscar contenidos que para sus propios estándares sean ofensivos, inapropiados o indecentes. Además, la remoción de contenido debería ser la última decisión a tomar, pues es la más lesiva y grave en términos de libertad de expresión, especialmente porque estas mismas plataformas primero toman decisiones sobre contenidos y luego consultan a los creadores del contenido (una violación al derecho al debido proceso que perjudica a las personas, en este caso a los medios y periodistas, en su derecho a la libertad de expresión).

Igualmente, el paro nacional mostró la eficiencia del Estado para perseguir y estigmatizar a los medios desde el terreno que sea, el digital en este caso, a través de las narrativas de terrorismo digital y perjuicio a la imagen de la fuerza pública. El dinero, tiempo y esfuerzo dedicado a perseguir información falsa en Internet podría dedicarse a proteger a periodistas que salen a las calles a producir información de interés público y que en situaciones críticas como el paro nacional resultan fundamentales. La desidia de las instituciones se hace evidente desde el momento mismo en que los periodistas son agredidos por miembros de la institucionalidad y continúa con cada paso siguiente: procesos que no avanzan, negación de las agresiones, silencio frente a las mismas, estigmatización hacia la prensa. Todo esto genera en los y las periodistas la sensación de estar constantemente vigilados por quienes en lugar de reprimirlos deberían

cumplir su función constitucional de ser garantes de la libertad de expresión.

Al mismo tiempo, las redes sociales han llegado a cambiar la relación entre las audiencias y los medios. El camino unidireccional es cada vez menos una opción para los consumidores de información en los entornos digitales. La participación por medio de comentarios se tradujo durante el paro en donaciones para ayudar a los periodistas a seguir cumpliendo con su trabajo. Aquí surge una pregunta: ¿pueden estas donaciones convertirse en un modo de financiamiento para el mediano y el largo plazo u obedecen únicamente a contextos específicos como el paro nacional? Un reto de estos medios es mostrarle a sus audiencias que después del calor de la protesta social también necesitan dinero para cubrir sus gastos.

El fin del paro nacional representa un antes y un después de estos medios dentro del panorama informativo del país y del mismo ecosistema de medios. El crecimiento de las audiencias de los medios digitales durante el cubrimiento de las protestas trajo consigo discusiones dentro de sus mismos equipos editoriales acerca del tipo de afirmaciones e infor-

maciones que hacen y en los medios tradicionales sobre cuál es la manera en que deberían abordar, por lo menos, el cubrimiento de la protesta social. La reflexión que hacen algunos periodistas es: a mayor alcance, mayor responsabilidad frente a lo que se dice. Igualmente, las protestas de mayo, junio y julio les mostraron la necesidad de establecer protocolos de seguridad, establecer rutas de atención y adquirir equipos de autoprotección para continuar cubriendo las protestas en el futuro. Aunque quizás la pregunta más importante para estos medios digitales se relaciona con las audiencias ávidas de recibir información: ¿cómo saciar ese apetito después de protestas tan masivas como las del paro nacional?

Finalmente, la consolidación de medios de comunicación con apuestas distintas a las tradicionales y con todas las aristas que en este texto se han desarrollado representan una oportunidad valiosa para fortalecer el pluralismo informativo en Colombia: audiencias que pocas veces —o nunca— habían encontrado representación en torno a lo que ocurre en el país tienen más que nunca lugares a los que acudir y en dónde participar; información local descentralizada que no depende ya de las agendas de los grandes medios de comunicación y al alcance, potencialmente, de todas las personas que logran acceder a Internet; información en tiempo real, sin filtros ni edición, sobre qué está ocurriendo en momentos de alta tensión como las protestas que vivió el país durante meses. Todos son ejemplos de cómo la entrada de estos actores alimentan el debate público más allá de las narrativas instaladas y, sobre todo, realizan esa labor que dentro del periodismo a veces se desdibuja: ser contrapoder.



INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS

MEDIO

LE CUENTO



Es un medio fundado por estudiantes de la Universidad de Antioquia en 2018 con la intención de contar lo que pasaba con el movimiento estudiantil. Desde entonces se han dedicado a cubrir las noticias relacionadas con la violación de derechos humanos en Medellín y sus alrededores.

Aunque durante el paro nacional llegaron a ser trece periodistas, el núcleo del equipo está conformado por cinco personas que no reciben remuneración económica por su trabajo periodístico.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[lecuento_](#)

[lecuentoperiodismo](#)

[LeCuento_](#)

[lecuento_](#)

[Le Cuento Periodismo](#)

+57 310 3727691

No tiene



SEGUIDORES

30,3k seguidores

18868 likes

23919 seguidores

9913 seguidores

1352 seguidores

1370 suscriptores

MEDIO

N NOTICIAS SARAVENA



Nació en 2018 después de que Josué Nieves se diera cuenta del vacío informativo en su municipio, Saravena, y en el departamento de Arauca. Comenzó con un celular y su micrófono a construir su noticiero. Con el tiempo, fue comprando cámaras, computadores y micrófonos profesionales, y actualmente produce un noticiero que se transmite en Facebook para informar sobre lo que sucede en su región. Para financiarse, recibe pauta de comercios locales y entidades gubernamentales de la región. El equipo está conformado por Josué y una persona más.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[saravenannoticias](#)

[nNoticiasSaravena](#)

[n_saravena](#)

[n Noticias](#)

+57 350 8339833

No tiene



SEGUIDORES

2332 seguidores

29037 me Gusta
41436 seguidores

175 seguidores

96 suscriptores

MEDIO

LA DIREKTA



En 2010, estudiantes universitarios de todo el país se unieron para formar la Mesa Amplia Nacional Estudiantil (MANE). Otros se unieron para crear *La Direkta*, una iniciativa de comunicación que se describe a sí misma como alternativa, popular e independiente. El medio funciona con un equipo de periodistas voluntarios en Medellín, Cali y Bogotá.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[ladirekta](#)

[LaDirektaComunicacion](#)

[ladirekta](#)

[ladirekta](#)

[La Direkta](#)

www.ladirekta.com



SEGUIDORES

42,4k seguidores

179154 likes
296286 seguidores

9947 seguidores

128 seguidores

12.7k suscriptores

MEDIO

LOCO SAPIENS



Un grupo jóvenes de Sibaté, Cundinamarca, se unió en 2011 para crear un colectivo de comunicaciones que llevara información de interés a los jóvenes de las veredas del municipio y que les diera herramientas de escritura, ilustración y fotorreportería para que los mismos jóvenes hicieran periodismo. Sin abandonar la motivación original, comenzaron a cubrir movilizaciones de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil (MANE) en Bogotá y en el sur de Cundinamarca.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[locosapiens_lab](#)

[LocoSAPIENsLab](#)

www.locosapiens.xyz



SEGUIDORES

1159 seguidores

4251 me Gusta
5043 seguidores

MEDIO ÚLTIMA HORA CAUCA



Este medio de comunicación nació después de que Jhon Jairo, camarógrafo empírico de Caracol, se diera cuenta de que mucho de la reportería que hacía en el Cauca no alcanzaba a ser publicada en el canal nacional. Así, se lanzó a crear un medio que diera información local. Actualmente, cuenta con un equipo de ocho personas con las que produce un noticiero que transmite en Facebook la actualidad del departamento.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[ultimahoracauca](#)

[UltimaHoraCauca](#)

[CaucaUltimaHora](#)

[Última Hora Cauca](#)

+57 314 7108333

No tiene



SEGUIDORES

8191 seguidores

119835 likes
177749 seguidores

600 seguidores

0 suscriptores

MEDIO

COFRADÍA PARA EL CAMBIO



Cofradía nació el 1 de mayo de 2016. Para ellos, el periodismo debe dejar de caer en la falacia de la objetividad y debe abrazar, más bien, una posición subjetivadora de los hechos. Su intención, a partir de la interpretación que hacen de la realidad, es generar conciencia en sus audiencias para que tomen decisiones informadas.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[cofradiacambio](#)

[cofradiaparaelcambio](#)

[cofradiacambio](#)

[cofradiacambio](#)

[Cofradía para el Cambio](#)

+57 310 8405783

No tiene



SEGUIDORES

92.2k seguidores

198731 me Gusta
397410 seguidores

925 seguidores

45.2k seguidores

34.7k suscriptores

MEDIO

AB ZURDO



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

Ab_Zurdo



SEGUIDORES

Este colectivo de comunicaciones nació en 2018, cuando un grupo de fotógrafos que se encontraba constantemente en el cubrimiento de las marchas decidió crear una plataforma en la que publicar de manera conjunta las fotografías que tomaban.

Todos los periodistas trabajaban de manera independiente y autónoma. Entre julio y agosto de 2021, al colectivo le fue eliminada su página de Instagram. No hay claridad si fue una decisión de la plataforma o un ataque. Además, dos de ellos recibieron amenazas provenientes de un perfil de Instagram que utiliza el logo y el nombre de las Águilas Negras.

MEDIO

LO QUE PASA EN BUCARAMANGA Y COLOMBIA



Este medio nació en 2015 con la intención de publicar información local de Bucaramanga. Con el tiempo, el medio creció y comenzó a abarcar más que su ciudad. Su principal fuerte son las transmisiones en vivo de los hechos noticiosos que suceden en la región. Durante el paro nacional enviaron reporteros a Bogotá y Cartagena. El medio se sustenta con pauta que recibe de comercios locales.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[loquepasaen
bucaramangaycolombi](#)

[loquepasaenbucara](#)

[loquepasaenbuca](#)

[loquepasaen
bucaramanga](#)

[Lo que pasa en
Bucaramanga y Colombia](#)

+57 312 3136136

[www.loquepasaenbucaramangaycolombia.com](#)



SEGUIDORES

166k seguidores

571505 me Gusta
833569 seguidores

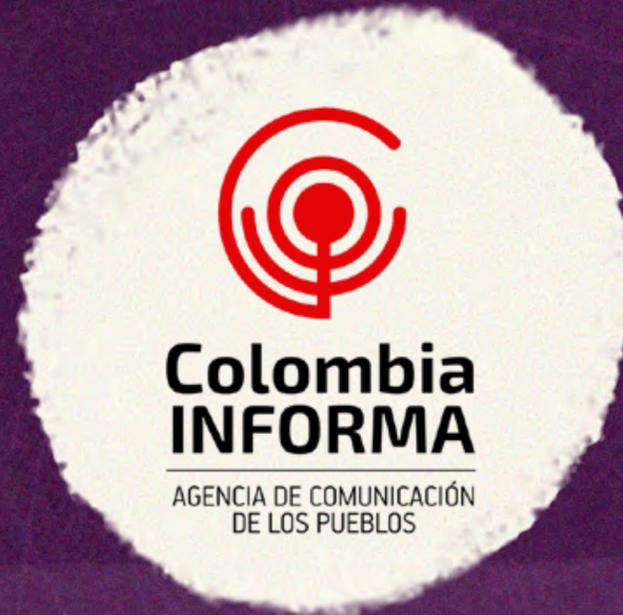
6619 seguidores

11.6k seguidores

3.38k suscriptores

MEDIO

COLOMBIA INFORMA



En 2010, de un proyecto piloto de NotiAgen tuvo origen *Colombia Informa* —Agencia de Comunicación de los Pueblos—. El medio cuenta con un equipo de diecisiete colaboradores en todo el país, aunque sus principales puntos de funcionamiento son Bogotá, Medellín y Bucaramanga. Para financiarse, el medio se postula a convocatorias de cooperación internacional. La neutralidad no forma parte de su proyecto de comunicación, su intención es “visibilizar las luchas por una sociedad justa e igualitaria, y a quienes las protagonizan”.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[colombia_informa](#)

[ColombiaInforma](#)

[Col_Informa](#)

[colombiainforma](#)

[ColombiaInformaTV](#)

www.colombiainforma.info



SEGUIDORES

29.4k seguidores

120049 likes
151191 seguidores

86.2k seguidores

22 seguidores

1.98k suscriptores

MEDIO

UNIVALLE UNIDA



Es un grupo de estudiantes de diversas carreras de la Universidad del Valle que hacen proselitismo político en favor de Colombia Humana. En medio de la coyuntura nacional se dieron cuenta de que desde el periodismo pueden aportar a su causa. Por eso, desde septiembre del 2020 comenzaron a aprender periodismo y se registraron en la asociación de periodistas del Valle. Todo lo que saben sobre el oficio es empírico.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[univalleunida](#)

[UnivalleUnida](#)

[UnivalleU](#)

[univalleunida](#)

[Univalle Unida](#)

No tiene



SEGUIDORES

18.1k seguidores

102540 me Gusta
133544 seguidores

10.5k seguidores

32 seguidores

33 suscriptores

MEDIO

TEUSA RADIO



Comenzó como una radio virtual entre amigos para hablar sobre diversos temas. Con el tiempo, se dieron cuenta de que para hacer una radio distinta debían, también, hablar de temas como la movilización social. Su equipo está conformado por voluntarios y voluntarias. Actualmente, *Teusa Radio* es parte de La Otra Juventud, una organización que “a través del fortalecimiento y creación de procesos comunicativos alternativos y comunitarios en lo digital” busca contribuir a la consolidación de esos escenarios de paz.



RED

INSTAGRAM

FACEBOOK

TWITTER

TIK TOK

YOUTUBE

WHATSAPP

TELEGRAM

PÁGINA WEB



USUARIO

[teusaradio](#)

[TeusaRadio](#)

[TeusaRadio](#)

www.teusaradio.com



SEGUIDORES

2983 seguidores

24794 likes
38061 seguidores

1940 seguidores



La Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) es una organización no gubernamental que defiende la libertad de expresión y promueve un clima óptimo para que quienes ejercen el periodismo puedan satisfacer el derecho de quienes viven en Colombia a estar informados.

www.flip.org.co

 info@flip.org.co

 [@FlipCol](https://www.facebook.com/FlipCol)

 [@FLIP_org](https://twitter.com/FLIP_org)

 [@flip_org](https://www.instagram.com/flip_org)